

## ABSTRAK

Roch Shinta Ning Nur Eka Wijaya, 2021, Strategi *Relationship Marketing* Dalam Meningkatkan Kepercayaan Nasabah Di Bank Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas EBIS, IAIN Madura, Pembimbing: Taufikurrahman, M.H

Kata Kunci: Strategi, *Relationship Marketing*, Kepercayaan Nasabah

*Relationship Marketing* adalah suatu kegiatan pemasaran yang berfokus menjaga hubungan antara Bank dengan nasabah. Dalam menjalin hubungan dengan nasabah terutama untuk meningkatkan kepercayaan nasabah tidaklah mudah, sebab kepercayaan nasabah tidak akan terbentuk apabila pihak Bank tidak melakukan suatu tindakan yang nantinya akan menimbulkan kepercayaan nasabah. Dalam meningkatkan kepercayaan nasabah dibutuhkan strategi *relationship marketing* agar nantinya kepercayaan nasabah meningkat dan adanya hubungan jangka panjang antara Bank dengan nasabah .

Berdasarkan paparan tersebut, ada dua pokok permasalahan yang akan menjadi kajian dalam penelitian ini, yaitu: *Pertama*, Bagaimana strategi *relationship marketing* yang ada di Bank Syariah Sarana Prima Mandiri. *Kedua*, Bagaimana strategi *relationship marketing* dalam meningkatkan kepercayaan nasabah di Bank Syariah Sarana Prima Mandiri.

Peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data yang diperoleh oleh peneliti berupa wawancara (semi standar) kepada pihak yang bersangkutan, observasi (nonpartisipatif) dan dokumentasi, dengan informan Marketing Bank Syariah Sarana Prima Mandiri dan nasabah Syariah Sarana Prima Mandiri. Sedangkan untuk pengecekan keabsahannya melalui triangulasi (Sumber dan Teknik), perpanjangan kehadiran dan peningkatan ketekunan/kegigihan peneliti.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa: *Pertama*, strategi *relationship marketing* yang dimiliki oleh Bank Syariah Sarana Prima Mandiri diantaranya tetap melakukan komunikasi yang baik antara Bank dengan nasabah, dengan cara menawarkan kembali kepada nasabah untuk melakukan pembiayaan dan menabung di Bank Syariah Sarana Prima Mandiri, tidak hanya itu jika instansi ingin maju maka kepuasan komisariss, kepuasan karyawan dan kepuasan nasabah harus diperhatikan, *Kedua*, strategi yang digunakan oleh Bank Syariah Sarana Prima Mandiri dalam meningkatkan kepercayaan nasabah mengutamakan kepuasan nasabah dan memberikan pelayanan yang baik seperti persoalan pembiayaan yang bisa dilihat dari segi waktu pengajuan pembiayaan dengan pencairan maksimal 1 minggu, melakukan sosialisasi kepada nasabah tentang produk-produk yang ada di Sarana Prima Mandiri yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dan tentunya mengikuti jaman dan Pihak Bank memberikan kejutan kepada nasabah pada saat momen penting seperti pada saat ulang tahun, hari guru dan lain sebagainya.